

La Relación entre los Militares y la Prensa: En la Suerte y en la Desgracia

Coronel Barry E. Willey, Ejército de EE.UU.

LA EVOLUCIÓN de la relación compleja y muchas veces tensa entre los militares estadounidenses y los medios de comunicación alcanzó un punto decisivo en 1983, a raíz del asalto de tropas norteamericanas en la isla caribeña de Granada, cuando se excluyó a los periodistas de las fases de planificación y ejecución durante las 48 horas iniciales de dicha misión. Los descubrimientos y recomendaciones subsecuentemente planteados por la Comisión de Sidle dieron inicio a una década y media de experimentos, con la finalidad de descubrir la solución del problema del antagonismo natural entre estos dos elementos claves de nuestra democracia. Pero esta intensa introspección realmente formó parte del problema. Trabajamos tan arduamente para hacer que las culturas militar y periodística se asemejaran, que pasamos por alto el hecho de que son “enemigos naturales”, y que ésta es una realidad inmutable. Ya es tiempo de abandonar nuestros esfuerzos por resolver el problema percibido del antagonismo entre los militares y los medios de comunicación, y reconocer que esta relación es completamente natural. Si aprendemos a aceptar esta enemistad mutua —aprovechando las similitudes e intereses compartidos al mismo tiempo que aceptamos las diferencias inevitables— podremos fomentar la confianza mutua entre ambas instituciones, dando como resultado el trato más equitativo por parte de la prensa en su cobertura de las Fuerzas Armadas, y la voluntad, por parte de éstas, de concederles más acceso a los periodistas en una zona de operaciones.

Una Breve Descripción de las Profesiones

La profesión del periodismo —en efecto, algunos cuestionan esta descripción porque los periodistas, por

lo general, no tienen ningún código escrito ni lista de cualificaciones obligatorias para sus miembros— se compone de reporteros, editores y gerentes empresariales que tienen dos misiones: divulgar las noticias con objetividad y ganar dinero. Los medios impresos se someten hoy en día a intensas presiones para competir en un mercado dominado por la explosión de los medios visuales de la televisión y la Internet. Estos medios con orientación visual, a su vez, se encuentran bajo gran presión para proporcionar el servicio más barato y de más alta calidad en este ámbito altamente competitivo. Los plazos impuestos a los periodistas aún son tales que se agobian ante la urgencia de obtener información y redactar un relato precipitadamente, antes que venza el plazo para publicarlo en la parte superior de la primera plana del periódico. Cualquier periodista puede ofenderse ante esta descripción brusca de su ocupación; no obstante su irritación, la mayor parte tendría que coincidir con la misma. No se aplica a todos los medios de divulgación, pero sí cuadra con mucho de lo que actualmente se conoce como la profesión del periodismo.

Resulta igualmente difícil aglutinar a todos los diversos elementos de las Fuerzas Armadas en un sólo molde generalizado, pero cabe formular una breve descripción por motivos de comparación. Los profesionales de las armas se enseñan, desde un principio, que el único fin de las instituciones militares es librar y ganar las guerras en las cuales se compromete la nación. Todas las demás misiones son secundarias a ésta. El logro de dicha misión principal exige que las funciones de planificación y ejecución de las operaciones militares se realicen en secreto, principio éste que se encuentra profundamente arraigado en la mentalidad de la cultura militar. Cualquier violación de esta premisa cons-

tituye un ataque contra la misma inviolabilidad de la vida, por cuanto son las vidas de los jóvenes estadounidenses que se ponen en peligro. Con estas dos descripciones en mente, pasemos a analizar la evolución de ambas culturas.

Resumen Histórico

Pocos militares estadounidenses de la actualidad pueden recordar o entender la relación singular que existía entre los soldados de combate y los reporteros, así como Ernie Pyle y Walter Cronkite, cuyas hazañas atrevidas durante la II Guerra Mundial ya son legendarias. Estos periodistas crearon un legado atractivo y duradero, que no se ha duplicado. Tenían acceso a los niveles más altos de mando y disfrutaban de la completa confianza tanto de los comandantes como de los soldados. La “censura” de la prensa era un concepto claramente entendido y aceptado por los periodistas de aquella época. El conflicto de Corea, nuestra “guerra no declarada”, llegó a constituir un período de transición cuando los reporteros aún tenían acceso relativamente libre a las tropas de combate, aunque con el desarrollo del conflicto surgió la necesidad de imponerles ciertas limitaciones a modo de censura. El riesgo político implícito en dicho conflicto fue alto debido a las implicancias de la Guerra Fría y la posible intromisión de China. La preocupación demostrada por los militares ante la crítica de las decisiones tomadas por los comandantes de la ONU diseminada en los medios de comunicación, también provocó una forma de censura durante dicho conflicto.¹ Tal vez que fuera en ese momento que se sembraron las semillas de la desconfianza de la prensa demostrada por los militares, considerando la extensa cobertura dedicada a la decisión controvertida del presidente Harry S. Truman de despedir al general Douglas MacArthur, un verdadero héroe de las dos guerras mundiales.

Vietnam

Si Corea llegó a representar la transición, entonces Vietnam se constituyó en el punto culminante. Nunca antes habían los estadounidenses presenciado la muerte y la destrucción del combate, presentadas diariamente en sus propias salas. Las noticias televisadas hicieron valer sus méritos. La “Revista a las cinco horas” fomentó la profunda desconfianza a los funcionarios gubernamentales y oficiales militares por parte de la mayoría de los periodistas que daban cobertura a ese conflicto, y su escepticismo resultó ser contagioso. Al contrario de la opinión de muchos, los reporteros no hicieron que Estados Unidos perdiera la guerra, pero es indudable que sus reportajes agresivos y cándidos informaron a un público insensible sobre la inutilidad de la estrategia de esa guerra; estrategia ésta que le hizo

Ya es tiempo de abandonar nuestros esfuerzos por resolver el problema percibido del antagonismo entre los militares y los medios de comunicación, y reconocer que esta relación es completamente natural. Si aprendemos a aceptar esta enemistad mutua—aprovechando las similitudes e intereses compartidos al mismo tiempo que aceptamos las diferencias inevitables—podremos fomentar la confianza mutua entre ambas instituciones, dando como resultado el trato más equitativo por parte de la prensa en su cobertura de las Fuerzas Armadas, y la voluntad, por parte de éstas, de concederles más acceso a los periodistas en una zona de operaciones.

caso omiso a la necesidad de contar con el apoyo público y que costó 58.000 vidas norteamericanas.

Desde ese entonces, la relación entre los medios de comunicación y las Fuerzas Armadas se ha sometido a una transformación evolutiva, interrumpida por una variedad de despliegues operacionales que han logrado simultáneamente perfeccionar y confundir la interacción entre los militares y los periodistas. Un documento clave en este proceso evolutivo es *Principles of Information* (Principios de información), editado por el Departamento de Defensa. En esta publicación aparecieron las guías formalizadas a raíz de la Operación *Desert Storm*, pero cuyo proceso evolutivo comenzó después de la operación en Granada, en la cual se dio inicio a la designación de un grupo de reporteros para acompañar a los elementos militares al teatro de operaciones. El hilo unificador de estas guías es el énfasis atribuido a la necesidad de divulgar información oportuna y acertada sobre las operaciones militares, de forma que les llegue al público, al Congreso y a los medios de comunicación, siempre acatando las exigencias de seguridad y en cumplimiento de los requisitos legales aplicables.

La Operación *Earnest Will*

El concepto de organizar a un grupo designado de reporteros se inició en aras de darles a varios de los representantes más renombrados de la prensa en Washington, D.C., acceso a los eventos más recientes que implicaban a las fuerzas militares. La formación de tal grupo constituyó el primer intento significativo para estrechar la cooperación de los militares con los integrantes de la prensa desde la operación en Granada. La primera prueba importante de este concepto tuvo lugar en el mes de julio de 1987, cuando por primera vez los

buques petroleros de Kuwait transitaron en el Golfo Pérsico enarbolando la bandera estadounidense, acompañados por buques de la Armada estadounidense en función de escolta, en la ejecución de la Operación *Earnest Will*. Lo que debería haber sido nada más que el tránsito rutinario en el Golfo Pérsico del buque *Bridgeton* y sus varias escoltas de la Armada estadounidense, se convirtió en una noticia exclusiva para los periodistas a bordo del buque crucero *USS Fox*. Cuando, durante el proceso de tránsito, el *Bridgeton* chocó con una mina flotante y comenzó a escorar, las escoltas navales se alinearon detrás del petrolero mientras éste seguía con rumbo a Kuwait.

La verdad humillante, que todos los periodistas a bordo pudieron claramente acertar, fue que el petrolero podía seguir sin grandes dificultades después de chocar con una mina. Por otra parte, si uno de los buques de escolta hubiera chocado con una mina, probablemente se habría hundido en forma rápida. De ahí que se trastornara totalmente la situación, por cuanto el buque escoltado asumió el papel de escolta para los buques más frágiles de la Armada.

Durante todo este episodio, los oficiales de relaciones públicas que acompañaban al grupo designado de periodistas trabajaron diligentemente para superar algunos de los prejuicios y malentendidos comunes entre los comandantes y sus tripulaciones, con el fin de darle mayor acceso e información a la prensa. En el espacio extremadamente limitado en que opera un combatiente naval y ante las noticias recién surgidas que difícilmente se podían negar, las tensiones naturales entre las dos culturas en realidad resultaron ser ventajosas para todos. En esas circunstancias, cuando la prensa y los militares se vieron obligados a cooperar, los periodistas se formaron un entendimiento útil de los desafíos inherentes en llevar a efecto una política nacional en condiciones de incertidumbre y en situaciones poco ortodoxas. Los militares, no obstante su frecuente frustración con los reporteros, presenciaron personalmente el impacto en el reportaje que tenían las nuevas tecnologías de la información y el efecto que tendría ese reportaje en la estrategia nacional. Es posible que ese primer despliegue del grupo designado de la prensa nacional haya constituido el símbolo de una nueva época en los esfuerzos que ambas culturas estaban dispuestas a hacer para cooperar mutuamente, en aras de facilitar su convivencia en un mundo cada vez más complicado y desafiante.

El referido incidente dio inicio a un esfuerzo por asegurar que los integrantes del grupo designado de la prensa nacional recibieran información periódica sobre el tránsito de petroleros en el Golfo Pérsico, culminando en el empeñamiento naval de mayor envergadura desde el término de la Guerra de Vietnam. En el mes de abril de 1988, los combatientes navales de los Estados Uni-

dos enfrentaron y hundieron o destruyeron a varios combatientes iraníes durante la Operación *Praying Mantis*. El grupo designado de periodistas se encontraba a bordo de un buque en el Océano Índico, a poca distancia del estrecho de Ormuz, cuando se dio la orden de atacar los buques iraníes. Los oficiales de relaciones públicas que los acompañaban, no tardaron en trasladar a los reporteros al buque de comando del grupo de acción en la superficie a cargo de la misión, desde donde estos periodistas pudieron observar el desarrollo de una acción histórica. Durante todo el desenlace de este incidente se manifestó la tensión natural entre los militares y los medios de comunicación, sirviendo como desafío a cada una de las dos comunidades para aprender el máximo posible sobre la profesión de la otra. Como resultado de ese “año en el Golfo”, las relaciones entre los militares y la prensa fueron por lo menos tan buenas como en cualquier otro momento de la historia, y posiblemente aún mejores que durante la II Guerra Mundial.²

Las Operaciones *Just Cause* y *Desert Shield/Storm*

En el año 1989, los reporteros esperaban un mayor nivel de cooperación de parte de los militares de lo que recibieron durante la invasión de Panamá. Aunque el grupo designado de la prensa nacional recibió el aviso sobre la operación, se desplegó muy tarde y tan pronto llegó a Panamá, se encerró en un salón de conferencias y perdió totalmente la oportunidad de presenciar la invasión. Los planificadores militares le asignaron la máxima prioridad al carácter de secreto de esa operación, así como también lo habían hecho en Granada seis años antes. Sin embargo, debido a la insuficiencia de los planes para acomodar a los periodistas en esta misión —junto con algunos incidentes de mala suerte y de buenas intenciones con malos resultados— se produjo un revés del progreso alcanzado en los años anteriores.

El próximo despliegue importante, en las Operaciones *Desert Shield/Desert Storm* en 1990-1991, conllevó otra serie de desafíos, uno de los cuales fue el recelo de la nación anfitriona, Arabia Saudita, para con los medios de comunicación. Finalmente la prensa fue debidamente acomodada durante los siete meses del despliegue, y muchos periodistas incluso se integraron en unidades antes de las operaciones terrestres y durante su ejecución. No obstante, muchos reporteros se quejaron después de que no se les había concedido la libertad adecuada para cubrir todos los aspectos del conflicto. Algunos de los comandantes superiores se dieron cuenta, después de terminada la guerra, que su inatención a las necesidades de los periodistas había resultado en que sus unidades recibieron escasa publicidad por sus logros. A la inversa, aquellos comandantes más precavidos permitieron a los periodistas integrarse en sus uni-

Un oficial de relaciones públicas de la Armada discute las operaciones con un integrante del grupo designado de periodistas durante el tránsito de los petroleros kuwaitíes desde el estrecho de Ormuz hasta Kuwait, julio de 1987.



Fotos: Departamento de Defensa

Durante todo este episodio, los oficiales de relaciones públicas que acompañaban al grupo designado de periodistas trabajaron diligentemente para superar algunos de los prejuicios y malentendidos comunes entre los comandantes y sus tripulaciones, con el fin de darle mayor acceso e información a la prensa. . . . Los militares, no obstante su frecuente frustración con los reporteros, presenciaron personalmente el impacto en el reportaje que tenían las nuevas tecnologías de la información y el efecto que tendría ese reportaje en la estrategia nacional. Es posible que ese primer despliegue del grupo designado de la prensa nacional haya constituido el símbolo de una nueva época en los esfuerzos que ambas culturas estaban dispuestas a hacer para cooperar mutuamente, en aras de facilitar su convivencia en un mundo cada vez más complicado y desafiante.

dades antes de la guerra terrestre y acompañarlas durante su conducción, por lo cual aparecieron en la portada de revistas que divulgaron sus hazañas con lujo de detalles.

El Cuerpo de Infantería de Marina de los EE.UU. trató a los periodistas con el cuidado y atención típicos de dicha institución, y la cobertura positiva resultante convalidó esta actitud. No obstante las quejas de algunos, muchos periodistas supieron sacar la máxima ventaja de este evento, y posteriormente redactaron libros que aparecieron en la lista de éxitos sobre sus aventuras y/o contratiempos en la guerra. La lección más importante de todo este episodio es que la enemistad natural entre los militares y los medios de comunicación obligó a los militares a mantenerse siempre en óptimas condiciones, al mismo tiempo que los periodistas se vieron obligados, después de presenciar los aprietos

sufridos por los militares durante los siete meses muy difíciles en el desierto, a entender más cabalmente los problemas y las inquietudes de las tropas. La mayor parte de los comandantes militares coinciden en que la cobertura de la Operación *Desert Shield/Desert Storm* fue equilibrada y, por lo general, favorable en aquellas circunstancias en las cuales la cooperación, la paciencia y la tolerancia eran evidentes.

Educación y Entendimiento Mutuo

El elemento clave para el éxito en esta relación es el entendimiento mutuo entre ambos partidos y la voluntad de aguantar unos cuantos reveses en el proceso hacia el alcance del mismo. De igual importancia es el entendimiento de que siempre existirán las tensiones naturales entre los militares y los medios de comunicación. La mejor forma de superarlas es a través de la

educación de ambos partidos, al máximo grado posible, sobre los aspectos singulares de sus respectivas culturas. El buen entendimiento por parte de cada uno de los desafíos que encara el otro, puede lograr reducir las tensiones pero nunca podrá eliminarlas por completo. Tampoco deberían ser eliminadas. La profesión periodística, en virtud de su función de “garante” de nuestra Constitución y su condición como “cuarto poder” del gobierno, debe mantener un escepticismo saludable en su cobertura de las Fuerzas Armadas. Y éstas, a su vez, deben ejercer las precauciones de seguridad suficientes en el desempeño de sus deberes para asegurar que cuando nuestras tropas se ponen en peligro, en aquellos casos cuando una acción militar es inevitable, disfruten de todas las ventajas posibles sobre cualquier adversario eventual.

Haití

Desde la Guerra del Golfo Pérsico, las Fuerzas Armadas estadounidenses se han sometido al ritmo operacional más acelerado de su historia. Sus despliegues en Bosnia y Haití han mantenido viva la tensión entre los militares y la prensa. En septiembre de 1994, los militares presenciaron el escenario muchas veces previsto en que los medios de comunicación “habrían de encontrarse presentes en el terreno” esperando la llegada de nuestras tropas. Cuando la misión militar se cambió literalmente en la última hora posible de una “entrada forzada” a una operación “permissiva”, y los integrantes del XVIII Cuerpo de Ejército Aerotransportado desembarcaron para ayudar a restaurar el gobierno democrático, centenares de periodistas internacionales inundaban las calles de Puerto Príncipe y otras ciudades y aldeas de esta diminuta nación insular. Estaban presentes, equipados con sus computadoras portátiles, platos de recepción por satélite y teléfonos celulares, y preparados para informar instantáneamente sobre nuestra llegada en el mismo momento en que desembarcamos. Desafiaron al portavoz de la Fuerza de Tarea Conjunta 180 en las conferencias de prensa, las cuales tuvieron lugar dos veces por día, con preguntas sobre incidentes recién ocurridos en las calles de los cuales el estado mayor de operaciones aún no tenía información, ni hablar del personal de relaciones públicas. Esta presión impuesta por los reporteros le fastidió al portavoz, pero, al mismo tiempo, también le obligó al personal de relaciones públicas a trabajar aún más denodadamente en aras de establecer líneas de comunicaciones eficaces con las unidades, el estado mayor de operaciones y el cuartel general superior.

Acceso Irrestringido para la Prensa

El Buró de Información de las Fuerzas Conjuntas en Haití identificó a 1300 periodistas durante los dos meses iniciales de la operación. Casi todos los reporteros

pidieron acceso a las unidades, comandantes y expertos en materia técnica, con el fin de intercalar los comentarios de los participantes en sus relatos. Desde el comienzo de la operación, la regla fundamental establecida por el Buró de Información de las Fuerzas Conjuntas, el cual se subordinó al Departamento de Defensa y el oficial de relaciones públicas del Comando del Atlántico, les otorgó la completa libertad de movimiento a los medios de comunicación y acceso irrestringido a todas las unidades y operaciones, siempre dando la debida atención a las preocupaciones legítimas por la seguridad de las unidades comprometidas. El empeño de escoltas militares ya no era ni necesario ni deseable para los periodistas, ni se contaba con los elementos suficientes para realizar tal misión si hubiera sido necesario cumplirla. En este ambiente de aumentado acceso a las unidades por parte de los medios de comunicación, junto con las orientaciones diarias y el empleo de los expertos en materia técnica, se fomentó la confianza entre los reporteros, las unidades militares y el personal de relaciones públicas, dando como resultado un cambio notable en el tono de los relatos difundidos por la prensa. Muchos periodistas anteriormente escépticos, producto de sus experiencias previas en informar sobre vagos asuntos de política desde un lugar remoto de la acción, se convirtieron en verdaderos “creyentes” cuando se integraron en los Equipos “A” de las Fuerzas Especiales, desplegados en patrullas en el interior de Haití o con la policía militar de la 10ª División de Montaña (Ligera) comprometida en las calles peligrosas de Puerto Príncipe y de Cabo Haitiano.

Así como bien se podía esperar, repetidamente se presentaron casos de periodistas frustrados porque no siempre les era posible obtener la información que, a su juicio, era la necesaria, en el momento en que la necesitaban. Otros opinaron que el Buró de Información de las Fuerzas Conjuntas les privaba información o estaba ocultando los problemas experimentados. Muchos comandantes y soldados quedaron disgustados con mucho de lo que se escribió sobre aquellos días confusos al comienzo de la operación. A modo de ejemplo, un editorial publicado en *The New York Times* el día después de la primera conferencia de prensa, acusó al portavoz de la Fuerza de Tarea Conjunta 180 de haber presentado una orientación “aburrida” y de evadir preguntas legítimas planteadas por los periodistas; una crítica poco merecida, considerando que este comentario salió después de una sola orientación y durante los momentos de máxima confusión en Puerto Príncipe durante los días iniciales de la operación. Dos meses después, a raíz del retorno sin incidente del presidente Jean Bertrand Aristide, muchos de los periódicos más importantes disseminaron relatos positivos, proclamando que el esfuerzo militar hasta ese momento había sido un éxito y lo-



Un soldado de la 83ª División de Infantería recarga su fusil *Garand* durante el combate en las cercanías de Houffaline, Bélgica, el 15 de enero de 1945.

Pocos militares estadounidenses de la actualidad pueden recordar o entender la relación singular que existía entre los soldados de combate y los reporteros, así como Ernie Pyle y Walter Cronkite, cuyas hazañas atrevidas durante la II Guerra Mundial ya son legendarias. Estos periodistas crearon un legado atractivo y duradero, que no se ha duplicado. . . . El conflicto de Corea, nuestra “guerra no declarada”, llegó a constituir un período de transición cuando los reporteros aún tenían acceso relativamente libre a las tropas de combate, aunque con el desarrollo del conflicto surgió la necesidad de imponerles ciertas limitaciones a modo de censura.

giando tanto a las tropas como a sus comandantes.

La tensión natural entre las culturas militar y periodística durante la operación en Haití ayudó a asegurar que los medios de comunicación obtuvieran lo que necesitaban y que las fuerzas militares recibieran el debido reconocimiento por el arduo trabajo que estaban realizando para restaurar el orden y crear un ambiente seguro para el nuevo gobierno. Una vez más, cada una de estas culturas disfrutó del tiempo suficiente para aprender las lecciones enseñadas por la otra, y para profundizar su entendimiento mutuo. Ambos partidos, por lo general, se aprovecharon de esta oportunidad.

Haití fue un “campo de batalla” clásico de la guerra de la información, y aquéllos que se desempeñan en el ámbito de relaciones públicas cumplieron su misión de acuerdo con la Directriz del Departamento de Defensa S-3600.1, *Information Operations*: “Los elementos de relaciones públicas, durante una Operación de Información, no deben enfocarse en dirigir ni manipular acciones y opiniones públicas, sino en pretender obtener el flujo oportuno de información a los públicos internos y externos”.

Bosnia

La mayor parte del reportaje sobre Bosnia, en gran medida, ha replicado el modelo de Haití, debido a la presencia de centenares de periodistas que se encuentran recorriendo el campo balcánico para poder informar sobre toda la diversidad de aspectos de ese escenario complejo. En la mayoría de los países involucrados se les permite acceso irrestricto a los reporteros, y todos los partidos del conflicto están generalmente afanosos por compartir sus opiniones. El reportaje sobre las operaciones militares ha sido continuo y, en la mayoría de los casos, equitativo durante todo el despliegue desde su inicio en el mes de diciembre de 1995.

El Centro de Información de las Fuerzas Combinadas en Sarajevo y el Buró de Información de las Fuerzas Conjuntas de los EE.UU. en Tuzla (el sector correspondiente a las fuerzas estadounidenses) han facilitado las visitas de veintenas de reporteros que buscan las palabras y las imágenes que más eficazmente podrán comunicar la historia del conflicto a un mundo dudoso, escéptico y generalmente inatento. Desafortunadamente, no obstante el relativo éxito alcanzado por las fuerzas combinadas de los EE.UU. y de la OTAN, la mayor parte

Periodistas de las redes noticieras en Arabia Saudita, el 23 de agosto de 1990.



Los comentarios de Michael Kelly. . . se basan en sus experiencias tanto en Desert Storm como en Bosnia: “Me parece obvio ahora [en Bosnia] que lo que me parecía obvio en aquel momento [en Desert Storm] era el resultado normal de la intrusión repentina de un poco de conocimiento en la ignorancia total. Nunca había visto los resultados de la guerra, y los resultados me dejaron completamente aterrorizado. Esta reacción, desde luego, es la típica de mi generación de reporteros. Producto de lo anterior, en cuestiones militares, contamos con un grupo de periodistas que siempre estará sufriendo un desmayo colectivo. . .”.

de los medios de comunicación estadounidenses —salvo las publicaciones principales que informan sobre los asuntos de política relacionados con Bosnia en Washington— parecen haber descartado lo de los Balcanes como un lejano acontecimiento secundario, dándole la mínima atención aún cuando ocurra un suceso significativo, así como la celebración de elecciones, el brote de disturbios civiles y la pérdida de vida.

Los reporteros muchas veces tienen buenas intenciones de volver a informar sobre una historia en particular de Bosnia, pero sus editores no se lo permiten, señalando que tal historia ya se difundió en el pasado y nadie está interesado en seguirla. Sin embargo, el nivel de cooperación en Bosnia tal vez sea el más alto en la historia de las relaciones entre los militares y los medios de comunicación. Ambos partidos están trabajando diligentemente: los militares, para mantener sus sacrificios a la vista de la comunidad internacional; y los medios de comunicación, para desenmarañar y explicar la situación muchas veces complicada en Bosnia. Actualmente cada uno entiende

mejor que nunca los desafíos y frustraciones del otro.

Los comentarios de Michael Kelly, un colaborador de la revista *National Journal*, publicados en un editorial en el diario *The Washington Post*, con fecha 19 de noviembre de 1997, son ilustrativos, por cuanto reflejan en nuevo entendimiento de la perspectiva militar. Sus observaciones se basan en sus experiencias tanto en *Desert Storm* como en Bosnia: “Me parece obvio ahora [en Bosnia] que lo que me parecía obvio en aquel momento [en *Desert Storm*] era el resultado normal de la intrusión repentina de un poco de conocimiento en la ignorancia total. Nunca había visto los resultados de la guerra, y los resultados me dejaron completamente aterrorizado. Esta reacción, desde luego, es la típica de mi generación de reporteros. Producto de lo anterior, en cuestiones militares, contamos con un grupo de periodistas que siempre estará sufriendo un desmayo colectivo. A la menor evidencia de las realidades más comunes de la vida militar —los soldados pueden ser bestias y pa-

lurdos, los generales pueden ser estúpidos, las balas pueden ser fatales— una y otra vez reaccionamos con asombro, siempre buscando las sales aromáticas. Afortunadamente, ya no son muchas las personas que nos prestan atención. Pero el horror de esta generación ante las verdades de la guerra es un reflejo de las percepciones de la sociedad en general, la cual también incluye a los propios militares. Los Estados Unidos no se han comprometido en una guerra significativa, con un nivel significativo de muerte, desde la Guerra de Vietnam (y los 58.000 ataúdes de soldados estadounidenses representaron una pequeña fracción de las cuentas de muerte pagadas en las guerras mundiales), y dicho conflicto terminó hace más de un cuarto de siglo. La nuestra es una nación en la cual son cada vez menos las personas, que son también cada vez mayores de edad, que aceptan una verdad que cada niño de 12 años de edad en Bihac ya puede confirmar: hay cosas que por las cuales vale la pena morir, y por las cuales vale la pena matar.”

Los militares —los comandantes, las tropas, y el personal de relaciones públicas— deberían reevaluar sus propias opiniones respecto a la profesión periodística, especialmente a medida que nos aproximamos al siglo XXI y comenzamos a entender las implicancias extraordinarias de la edad de la información que actualmente alborea. Una observación del Dr. Lawrence Yates, un profesor en la Escuela de Comando y Estado Mayor del Ejército, es digna de consideración: “Mal que le pese, los medios noticieros tienen más impacto que la mayoría de las demás organizaciones en determinar cómo una operación se percibe en el mundo exterior. A la luz de este poder, una aproximación más productiva que una de hostilidad abierta para con los periodistas que se presenten en el escenario, es reconocer por qué están presentes y cuál es su motivo, entregarles la máxima información posible, ser tan honesto como posible (es decir, evitar dar la impresión de estar mintiendo u ocultando información vergonzosa), darles a los reporteros acceso a los lugares y tropas de interés sin violar la seguridad operacional requerida, y, en general, tratar de acomodarlos al mismo tiempo que se reconoce que los intereses de los medios de comunicación y los de los milita-

res no tienen que coincidir.”³ El ex secretario de defensa Melvin Laird también tiene una descripción sucinta de los medios de comunicación, basada en su experiencia con los mismos durante el período de 1969 a 1973, y de la mejor forma de percibirlos: “No creo que la prensa sea un problema. Son adversarios y deberían ser adversarios. Ésta es su función. Pero uno no quiere convertirlos en antagonistas. Quiere mantenerlos más bien como adversarios. Esto es lo que deberían ser.”⁴

La relación entre los militares y los medios de comunicación es, a fin de cuentas, como un matrimonio, por cuanto se somete a todas las tensiones, la fricción y la confrontación que muchas veces surgen en un matrimonio, pero es una tensión natural que debería existir. Y es una que sobrevivirá, que efectivamente debe sobrevivir e incluso prosperar en el próximo siglo. Ha llegado el momento de dejar de preocuparnos por la naturaleza hostil de esta relación y proseguir con un programa de educación riguroso para ambos partidos. Los grupos designados de periodistas van y vienen, y la cuestión de cuál es el momento más adecuado para incluir a los medios en las operaciones futuras continuará provocando debates acalorados. Una cosa se puede afirmar con seguridad. La naturaleza volátil, incierta, compleja y ambigua del siglo XXI promete dos garantías: las tropas continuarán desplegándose en situaciones de peligro; y los militares continuarán avanzando de la mano con los medios de comunicación, en una feliz armonía agrídulce. Esto es sólo natural. **MR**

NOTAS

1. Frank Aukofer y William P. Lawrence, *America's Team: The Odd Couple, A Report on the Relationship Between the Media and the Military*, Foro de la Libertad Centrado en la Primera Enmienda, en la Universidad de Vanderbilt, 1995, pág. 39.
2. Para una discusión más detallada de este período, ver Mayor Barry E. Willey, “Military-Media Relations Comes of Age”, *Parameters* (marzo de 1989).
3. Lawrence A. Yates, “Military Stability and Support Operations: Analogies, Patterns and Recurring Themes”, *Military Review* (julio-agosto de 1997, edición en inglés), pág. 57.
4. Aukofer y Lawrence, pág. 68.

El coronel Barry E. Willey es el oficial de relaciones públicas en el Comando de Operaciones Especiales de los Estados Unidos, en la Base Aérea MacDill en la Florida. Recibió el grado de Bachiller en Artes de la Academia Militar de los Estados Unidos en West Point, y el de Maestría de la Universidad de Indiana. Es graduado de la Escuela de Comando y Estado Mayor del Ejército y de la Escuela Superior de Guerra del Ejército de EE.UU. Ha prestado servicios en una variedad de asignaciones de mando y estado mayor en el territorio continental de Estados Unidos, incluyendo: oficial de relaciones públicas, 82ª División de Paracaidistas, Fuerte Bragg, Carolina del Norte; oficial de operaciones y entrenamiento, 2º Batallón, 508º Regimiento de Infantería, Fuerte Bragg, Carolina del Norte; jefe de relaciones con los medios de comunicación, Comando Central de los Estados Unidos, en la Base Aérea MacDill; oficial ejecutivo, 2ª Brigada, 24ª División de Infantería (Mecanizada), Fuerte Stewart, Georgia; asesor de relaciones públicas del Ejército en el Pentágono, y asistente especial para información pública al Comando Aliado Supremo, Europa. Durante su asignación en el Pentágono, se desplegó a Haití (Operación Uphold Democracy) en función de director del Buró de Información de las Fuerzas Conjuntas y portavoz de la Fuerza de Tarea Conjunta 180.